

CARLITA MENDES ROBALO

**EMPRESAS FAMILIARES E A DIVULGAÇÃO DA
RESPONSABILIDADE SOCIAL: O CASO
PORTUGUÊS**

Orientadora: Professora Doutora Inna Choban de Sousa Paiva

**UNIVERSIDADE LUSÓFONA DE HUMANIDADES E
TECNOLOGIAS**

Escola de Ciências Económicas e das Organizações

LISBOA

2019

CARLITA MENDES ROBALO

**EMPRESAS FAMILIARES E A DIVULGAÇÃO DA
RESPONSABILIDADE SOCIAL: O CASO
PORTUGUÊS**

Dissertação defendida em provas públicas na Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias no dia 22 de Março de 2019, perante o júri, nomeado pelo Despacho de Nomeação nº 56/2019 de 26 de Fevereiro, com a seguinte composição:

Presedente: Emanuel Gamelas

Arguente: Professora Doutora Luísa Cagica Carvalho

Orientadora: Professora Doutora Inna Choban de Sousa Paiva

**UNIVERSIDADE LUSÓFONA DE HUMANIDADES E
TECNOLOGIAS**

Escola de Ciências Económicas e das Organizações

LISBOA

2019

As espécies que sobrevivem não são as mais fortes, nem as mais inteligentes, e sim aquela que se adaptam melhor às mudanças.

Charles Darwin

AGRADECIMENTOS

A realização deste trabalho, resultou da gentileza no que respeita à cooperação e auxílio de pessoas e instituições, para as quais deixo o meu sincero reconhecimento e agradecimento.

Agradeço à Professora Doutora Inna Sousa Paiva , pelo apoio e orientação, bem como à sua disponibilidade sempre declarada ao longo da elaboração deste trabalho, dando ânimo e coragem para continuar o caminho.

Também, pelo voto de confiança depositada na minha pessoa.

Agradeço aos restantes docentes

Prof. Dr. João Borralho, Dr. Luís Pimentel, Dr. Miguel Furtado, Dr. Paulo Alves, Prof.^a Dra. Luísa Cágica Ana e Lorga Silva, pelo desenvolvimento do conhecimento transmitido.

Agradeço à Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, pela oportunidade de fazer parte da sua imagem e pela contribuição dos conhecimentos adquiridos.

Agradeço à minha família e amigos, em especial ao meu filho, minha mãe, minhas irmãs e o meu namorado, não só pelo apoio mas também pela paciência que tiveram comigo e palavras de encorajamento depositadas.

A todos, o meu muito obrigada.

RESUMO

Este estudo analisa a divulgação da responsabilidade social nas empresas Portuguesa Cotada em Bolsa de Valores de acordo com índice GRI, para os anos 2014 a 2016, e as suas características, comparando as empresas familiares e não familiares. Deste modo, analisamos os relatórios de gestão e de responsabilidade social de 49 empresas familiares e não familiares considerados nos *sites* dessas empresas, na base de dados *Sustainability Disclosure Database (SDD-GRI)* e na Bolsa de Valores. Para isso, usamos o modelo de regressão dos Mínimos Quadrados Ordinários (OLS) para explicar o relacionamento e o impacto da responsabilidade social empresarial.

As conclusões principais revelam que as empresas familiares, dimensão da empresa, ativos intangível e setor da indústria estão relacionadas a maior divulgação da informação sobre responsabilidade social empresarial. Adicionalmente, o estudo demonstrou que as empresas familiares são mais propensas a divulgar informações da responsabilidade social do que as empresas não familiares.

Este estudo contribui para a literatura, dado que adiciona conclusões sobre a realidade de responsabilidade social empresarial nas empresas familiares comparando com não familiares. O estudo reforça a eficiência de melhoria na divulgação dos índices da responsabilidade social das empresas portuguesas.

Palavras-chave: Empresas Cotadas; Empresas familiares; Responsabilidade Social; Índice Global Reporting Initiative; Portugal.

ABSTRACT

This study analyzes the disclosure of social responsibility in Portuguese Companies Quoted on the Stock Exchange according to the GRI index, for the years 2014 to 2016, and their characteristics, comparing family and non-family businesses. In this way, we analyzed the reports of management and social responsibility of 49 family businesses and non-family considered in the websites of these companies, on the basis of data *Sustainability Disclosure Database (SDD-GRI)* and in the Stock Market. To do this, we used the regression model of Ordinary Least Squares (OLS) to explain the relationship and the impact of corporate social responsibility.

The main conclusions reveal that family firms, size of firm, intangible assets and industry sector are related to greater disclosure of corporate social responsibility information. In addition, the study showed that family firms are more inclined to disclose information about social responsibility than non-family firms.

This study contributes to the literature, since it adds conclusions about the reality of corporate social responsibility in family businesses compared with non-family. The study reinforces the efficiency improvement in the dissemination of the indices of social responsibility of Portuguese companies.

Keywords: Listed companies; family business; Social Responsibility; index Global Reporting Initiative; Portugal.

Lista de abreviaturas

APEE Associação Portuguesa de Ética Empresarial

BCSD Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável

CCE Comissão das Comunidades Europeias

CMAD Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento

CMVM Comissão do Mercado de Valores Mobiliários

EF Empresas familiares

GRACE Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial

GRI Global Reporting Initiative

ISO International Organization for Standardization

OLS Mínimo Quadrado Ordinário

PIB Produto Interno Bruto

PME Pequenas e Média Empresas

RS Responsabilidade Social

RSC Responsabilidade Social Corporativa

RSE Responsabilidade Social Empresarial

WBCSD World Business Council for Sustainable Development

ÍNDICE

I INTRODUÇÃO	10
II REVISÃO DA LITERATURA	13
2.1 Responsabilidade social	13
2.1.1 Conceito e definições	13
2.1.2 A divulgação da RS de acordo com Global Reporting Initiative (GRI)	16
2.1.3 Responsabilidade Social Empresarial em Portugal	18
2.2 Estudos sobre Responsabilidade Social	20
2.2.1 Literatura prévia sobre responsabilidade social	20
2.2.2 Teorias de Responsabilidade Social (RS)	26
Teoria da agência.....	26
Teoria da legitimidade	26
Teoria de Stakeholders	27
2.3 Empresas Familiares (EF) e Responsabilidade Social (RS)	29
III- METODOLOGIA	34
3.1 Caracterizações da amostra e fontes de dados	34
3.2 Variáveis dependentes	35
3.3 Variáveis independentes	36
3.4 Modelo da Pesquisa	37
Modelo 1: Modelo de Regressão Logística para a variável Sustentabilidade	38
IV RESULTADOS	39
4.1 Análise descritiva.....	39
4.2 Análise do Modelo da Regressão Linear Múltipla (MRLM)	43
4.3 Resultados da Regressão.....	43
V CONCLUSÃO	50
VI REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	53

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1- Pirâmide da Responsabilidade Social das Empresas	15
Figura 2- Modelo dos três círculos da empresa familiar	31

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Responsabilidade social nos países em desenvolvimentos e países desenvolvidos	22
Tabela 2- Composição da Amostra pelo setor da atividade.	35
Tabela 3 - Classificação dos Indicadores GRI.....	36
Tabela 4- Variáveis mensuradas no estudo	36
Tabela 5- Estatística descritiva	40
Tabela 6- Análise de Correlações de Pearson (n = 147).....	42
Tabela 7- Impacto da emissão de relatório de RS de acordo com o GRI nas empresas portuguesas.	45
Tabela 8- Análise robustez da emissão de relatório de RS.....	46
Tabela 9- Impacto da divulgação da RS de acordo com o GRI nas empresas portuguesas.	48
Tabela 10- Análise robustez da divulgação da RS	49

I INTRODUÇÃO

O contexto da responsabilidade social empresarial (RSE) é uma das preocupações constante das empresas em exercitar uma gestão baseada na sustentabilidade, visando o equilíbrio entre os aspetos económicos, sociais e ambientais. Sendo assim, os gestores preocupam-se em apostar cada vez mais num modelo sustentável e mais aperfeiçoado, que permite criar valores para a empresa a nível interno e externo. Assim é essencial que as empresas decidem numa base sólida face à pressão que a sociedade exerce, contribuir para uma sociedade mais justa e um ambiente mais limpo (Comissão das Comunidades Europeias, 2002).

A divulgação da informação sobre a sustentabilidade ou responsabilidade social atualmente cresceu exponencialmente em todos os setores de atividade, o que será demonstrativo da evolução de meras ações isoladas para verdadeiras estratégias de responsabilidade social, devidamente integrada nos modelos de negócios das empresas (GRACE, 2011). A conceção de responsabilidade social (RS) implica que as empresas, voluntariamente, integrem as preocupações sociais e ambientais nas suas operações com os *stakeholders*. Todavia, os desafios ambientais e sociais que se colocam atualmente só poderão ser ultrapassados se as organizações, a par dos objetivos económicos, integrarem a RS no núcleo das suas estratégias (Pinheiro, 2012).

A sustentabilidade empresarial reconhece a importância do crescimento e da rentabilidade de uma empresa, juntamente com outros objetivos sociais (Wilson, 2003). Entretanto, este crescimento repentino na consciencialização para o desenvolvimento sustentável é causado por muitos fatores. Consumidores, investidores, empresas e governos são os principais interessados, que estão estimulando essa mudança com a mudança de expectativas dos negócios (Carroll & Schwartz, 2003). A integração de uma lógica de negócio sustentável, que permita a promoção e desenvolvimento de um modelo de modernização e crescimento económico, revela-se uma ferramenta fulcral com vista a incrementar a competitividade e a produtividade, mediante a integração e cumprimento de políticas que garantam padrões de equidade social e de conservação da biodiversidade dos ecossistemas (Neves & Bento, 2005). Com a criação do relatório do Brundtland, 1987 pela a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMAD), o objetivo mais amplo da RSE consiste na contribuição para o

desenvolvimento sustentável, caracterizado como sendo aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades.

Os problemas ambientais e sociais passaram a dominar as preocupações empresariais o que leva à associação entre a RSE e o desenvolvimento sustentável. Neste contexto, torna-se importante perceber quais os fatores que definem uma empresa ser socialmente responsável, entretanto, esta necessidade dá-se por parte das empresas em quererem melhorar a sua posição junto dos *stakeholders* (Freeman, 1984).

A responsabilidade social empresarial foi estudada em vários contextos, nomeadamente em empresas dos países desenvolvidos e em desenvolvimentos, em diferentes indústrias e setores (Basuony, Elseidi & Mohamed, 2014; Lin, Yang & Liou, 2009; Madueño, et al, 2015; Licciardi, Patrício, Gomes, Biserra & Santos, 2017; Gherghina & Vintilă, 2016 e Wuttichindanon, 2017). Contudo, existem poucos estudos realizados sobre empresas familiares (Paiva, Lourenço & Curto, 2018; Paiva, & Gavancha, 2018). As empresas familiares foram estudadas maior parte em contextos económicos (Iyer & Lulseged, 2013; Gavana, Gottardo & Moisello, 2016; Hernández-Perlines e Rung-Hoch, 2017 e Uhlaner, Goor-Balk & Masurel, 2004) e menos em termos de divulgação da informação sobre RSE.

O interesse para a escolha deste trabalho recai em várias questões, primeiramente porque a responsabilidade social acresce nas empresas familiares devido à preservação da longevidade do negócio. Segundo, é porque existe uma lacuna dos estudos realizados sobre empresas familiares e responsabilidade social. Por último, decidimos realizar o estudo de caso nas empresas portuguesas cotadas em bolsa, porque em Portugal, já são notórios trabalhos que abordaram o tema da RSE, mas nenhum estudo prévio, para o nosso conhecimento, procurou a associação entre empresas familiares e relatórios de sustentabilidade. Existe a necessidade de disponibilizar variáveis determinantes das empresas familiares comparando com a não familiares que permitam analisar os índices de RSE. Neste sentido, o objetivo principal deste trabalho é analisar o impacto da divulgação da responsabilidade social nas empresas Portuguesas Cotadas em Bolsa de Valores, para os anos 2014 a 2016.

Para atingir o objetivo do estudo, analisamos os relatórios de responsabilidade social e relatórios de gestão de 49 empresas portuguesa em bolsa para três anos

consecutivos, disponível na base de dados *Sustainability Disclosure Database*, nas páginas do *internet* das empresas e também no *site* da comissão dos mercados dos valores mobiliários. Para o tratamento e análise dos dados, utilizamos o modelo de regressão linear para explicar o comportamento das variáveis ligadas a divulgação da RSE .

Os resultados, demonstraram que as empresas familiares, dimensão da empresa, ativo intangível e setor da indústria estão positivamente e significativamente ligadas a divulgação da responsabilidade social empresarial.

Adicionalmente o estudo revela que em Portugal a maior parte das empresas cotadas em bolsa que se preocupam com a gestão de sustentabilidade social, são as empresas de carácter familiar, sendo que 43% dessas empresas realizam as atividades relacionadas com a responsabilidade social. Contudo, cerca de 67% dos relatórios de sustentabilidade emitidos, pertencem as empresas familiares, sendo que apenas 49% representam as empresas não familiares. As conclusões suportam que as empresas familiares comparando com as não familiares, pretendem contribuir para um negócio sustentável a nível económico, ambiental e social.

Este trabalho divide-se em cinco capítulos, iniciando-se com a presente introdução, à qual se segue a revisão da literatura, nomeadamente de terminologias diretamente relacionadas com a RSE. No terceiro capítulo é apresentada a metodologia utilizada para a construção de um índice de RSE, incorporando o processo de coleta de dados, variáveis e medidas descritos. O quarto capítulo é dedicado à apresentação do resultado do estudo empírico, por fim, no quinto capítulo, são apresentadas as conclusões do trabalho, as limitações e possíveis desenvolvimentos futuros.

II REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Responsabilidade social

2.1.1 Conceito e definições

As empresas não podem focar e preocupar exclusivamente com a maximização dos lucros, além de seus aspetos económicos e deveres legais, eles têm responsabilidades éticas e discricionárias para a sociedade, que refletem as exigências, expetativas, e desejos de múltiplas partes interessadas na indústria e ambiente social em que operam (Carroll, 2004).

Bienstock (2014) citado por Hernández, Palacios e Galván (2017), argumentaram-se que a RS se refere às atividades de uma empresa que parecem promover algum bem social, além dos interesses da empresa e além dos requisitos legais.

A RSE de uma empresa visa proteger e melhorar o bem-estar social, tanto na atualidade como no futuro, gerando benefícios sustentáveis para as partes interessadas (Lin, Yang & Liou, 2009). Na visão da European Commission (2001), à semelhança da gestão da qualidade, a responsabilidade social de uma empresa deve ser considerada como um investimento, e não como um encargo. Através das atividades da RSE, é possível adotar uma abordagem inclusiva do ponto de vista financeiro, comercial e social, conducente a uma estratégia a longo prazo que reduza os riscos decorrentes de incógnitas.

Castro e Becerra (2012), entendem-se que, uma vez que as empresas assumem o parâmetro da RSE, elas devem ser orientada de forma coerente com os princípios de acordo com o cumprimento abrangente da visão que foi estabelecida interna e externamente, considerando as expetativas das partes interessadas, demonstrando respeito pelos valores éticos, pelas pessoas, pelas comunidades, pelo meio ambiente e contribuindo, assim, com a construção do bem comum.

Tendo em conta as opiniões dos autores acima referidos, pode-se dizer que as empresas ao assumirem o parâmetro do RS, deverão sempre levar em consideração a sua estrutura interna, bem como o ambiente externo. Neste sentido, a European

Commission (2001), considera-se que, ser socialmente responsável não se restringe ao cumprimento de todas as obrigações legais, mas implica ir mais além através de um maior investimento em capital humano, no ambiente e nas relações com outras partes interessadas e comunidades locais.

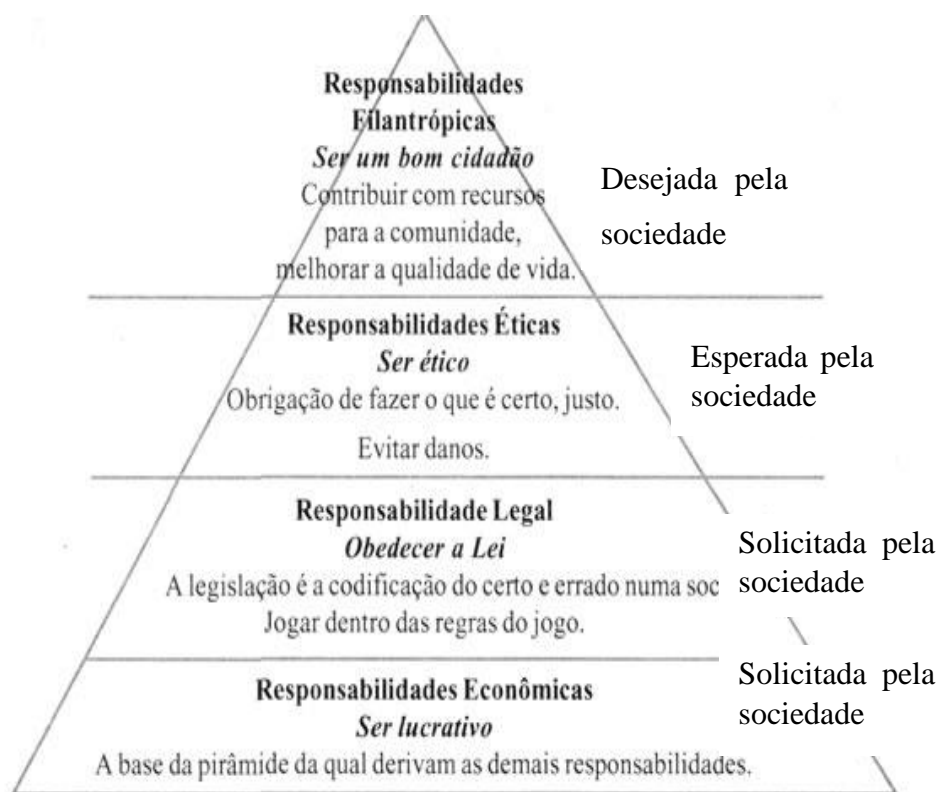
Para o Crisóstomo et al. (2011) citado por Gherghina e Vintilă (2016), a RSE está relacionada a um extenso espeto de conexões entre a empresa e vários stakeholders, bem como o meio ambiente. A responsabilidade social é considerada uma resposta às pressões sociais, respetivamente, uma resposta às necessidades e expectativas das partes interessadas, preocupações com o meio ambiente e necessidades sociais que caracterizam suas dimensões. Portanto, a RSE é a relação que a empresa estabelece com todos os seus *stakeholders* no curto e longo prazo, e se relaciona diretamente com a ética e a transparência na gestão de negócios com relação aos impactos que podem causar na sociedade, no meio ambiente e no futuro do próprio negócio (Licciardi, et al., 2017). Na mesma linha, Vaaland, Heide e Grønhaug (2008), definem RSE, como gestão do interesse do *stakeholder* para atos de responsabilidade e irresponsabilidade em relação ao fenómeno ambiental, ético e social de forma a criar um benefício corporativo.

Santos, Silva, Sampaio, Henriques e Eusébio (2005), argumentaram que a responsabilidade da empresa perante a sociedade abrange quatro níveis respetivamente, tais como:

- ☐ Responsabilidade económica- tem por objetivo criar os bens e serviços que a sociedade necessita e levando em conta a rentabilidade do capital investido.
- ☐ Responsabilidade legal- as empresas têm o dever de cumprir as leis em vigor em torno das diretrizes do GRI.
- ☐ Responsabilidade ética- a sociedade espera para com as empresas que comportam de forma ética perante as normas sociais.
- ☐ Responsabilidades discricionárias- as empresas devem desenvolver as atividades de RSE de forma que estejam ativamente envolvidas na plena melhoria do ambiente social em que se encontra.

Carroll (1991), apresentou um modelo de RSE em forma de pirâmide, que se divide em quatro diferentes dimensões de responsabilidades (Figura 1). Uma empresa com responsabilidade social deve alcançar de forma consecutiva todas as quatro diferentes responsabilidades, começando pela base.

Figura 1- Pirâmide da Responsabilidade Social das Empresas



Fonte: Adaptado por (Carroll, 1991)

Na base da pirâmide encontra-se a responsabilidade económica, onde a empresa se preocupa fundamentalmente com a obtenção e maximização de lucros. No nível seguinte a empresa tem a responsabilidade de cumprir a legislação. As responsabilidades económicas e legais são solicitadas pela sociedade. A sociedade espera também que a empresa aja de forma ética, certa e justa. No topo da pirâmide encontra-se a responsabilidade filantrópica, da qual são desejados todos os contributos possíveis da empresa em benefício da sociedade (Carroll, 1991)

International Organization for Standardization – ISO (2010) define RSE como sendo a responsabilidade de uma organização pelos impactos das suas decisões e atividades na sociedade e no ambiente, através de uma conduta ética e transparente que: contribua para o desenvolvimento sustentável, incluindo a saúde e o bem-estar da sociedade; tenha em conta as expectativas dos *stakeholders*; esteja em conformidade com a lei aplicável e seja consistente com normas internacionais de conduta; esteja integrada em toda a organização e seja praticada nas suas relações. Entretanto, a RSE geralmente

refere-se às estratégias implementadas pelas corporações para conduzir seus negócios de forma ética, sociável e benéfica à comunidade em termos de desenvolvimento (Ismail, 2009).

Em síntese, podemos concluir que a responsabilidade social das empresas surge de uma atitude ética das empresas perante a sociedade, com o objetivo que todas as suas decisões e ações influenciam de forma positiva todos os grupos de *stakeholders*. A responsabilidade social empresarial para além de auferir um retorno justo para os investidores e a sociedade, as empresas possuem também responsabilidades sociais e ambientais, as quais devem ser consideradas na sua tomada de decisões e cujos impactos devem ser estimados.

2.1.2 A divulgação da RS de acordo com Global Reporting Initiative (GRI)

O *GRI Guidelines* ou *Sustainability Reporting Guidelines* fez o seu lançamento oficial em 2000, contudo, desde essa data as diretrizes têm sofrido várias alterações e deram origem as outras versões. Para que as organizações internacionais formalizam e estandardizam as atividades de RSE, Bolton, Kim e O’Gorman (2011) propondo novas medidas de avaliação de ações de RSE, sendo a mais célebre a GRI, adotada por grandes empresas multinacionais.

Atualmente, o GRI está a se ganhando cada vez mais o seu lugar nas empresas, contribuindo assim, como uma das metodologias e estratégias utilizadas para a elaboração de relatório de sustentabilidade quando as empresas pretendem fornecer informação aos seus *stakeholders*. O aumento do interesse em relatórios de sustentabilidade empresarial tem sido apoiado por desenvolvimentos nas diretrizes de relatórios de RSE, mais notavelmente o *Global Reporting Initiative* (GRI, 2002).

O relatório de sustentabilidade é um documento que mede, divulga e presta contas aos *stakeholders* internas e externas pelo desempenho organizacional em relação ao objetivo do desenvolvimento sustentável, também, descreve os impactos económicos, ambientais e sociais, (Isaksson & Steimle, 2009). Os estudos anteriores revelaram que o número de organizações que publicam RS com algum tipo de informação relacionada ao seu desempenho ambiental e social vem aumentando em todo o mundo (KPMG, 2008).

De acordo com Willis (2003), o GRI visa desenvolver uma estrutura de relatório voluntário que elevará as práticas de sustentabilidade a um nível equivalente ao de relatórios financeiros em termos de rigor, comparabilidade, auditoria e aceitação geral. No entanto, é prudente que as empresas garantam a capacidade de atender ao maior número possível de indicadores, de acordo com a estrutura da GRI. Embora o índice possa não capturar as práticas de RSE reais ou realizadas da empresa, o GRI mede com base na gestão definida pela administração de modo que seus *stakeholders* estivessem familiarizados (Yang & Yaacob, 2012). As diretrizes da GRI constituem princípios e orientações que determinam o conteúdo do relatório, com o propósito de garantir a qualidade da informação relatada, fornecendo um conjunto de informações sociais, composto por indicadores de desempenho e outros tópicos a divulgar (Moura, Ribeiro & Monteiro, 2015).

O desempenho social empresarial de uma empresa pode ser definido como uma organização empresarial que estabelece princípios de responsabilidade social, processos de responsabilidade social e políticas, programas e resultados observáveis relacionados às relações sociais da empresa (Wood, 1991). Segundo Branco e Rodrigues (2008, p. 686), as empresas divulgam informações de sustentabilidade, principalmente para apresentar uma imagem socialmente responsável para que possam legitimar seus comportamentos para grupos de *stakeholders* e influenciar a percepção externa de reputação. Contudo, para avaliar o desempenho social de uma empresa, será necessário examinar o nível em que os princípios de responsabilidade social motivam as ações tomadas em nome da empresa, o nível em que a empresa faz o uso de processos socialmente responsável, a existência e natureza de políticas e programas projetados para gerir os relacionamentos sociais da empresa e os impactos sociais das ações, programas e políticas da empresa.

Na opinião de Lopes e António (2016), a RSE é um conceito que está particularmente associado ao desenvolvimento sustentável e à política pública do ambiente, envolvendo gradualmente a questão social e económica.

Em termos gerais, as diretrizes GRI abordam 149 indicadores de desempenho agrupados em três dimensões (GRI, 2006, 2013):

- Económica – inclui as informações financeiras e respetivas declarações com detalhes dos impactos da organização sobre as condições económicas dos seus *stakeholders* e sobre os sistemas económicos ao nível local, nacional e global;
- Ambiental – inclui dados sobre os impactos da organização, sobre os sistemas naturais vivos e não vivos, incluindo ecossistemas, terra, ar, água e biodiversidade;
- Social – inclui informação sobre os impactos da organização nos sistemas sociais nos quais opera, com detalhes para relações laborais, direitos humanos, sociedade e relações com a comunidade, responsabilidade sobre produtos e preocupação direta com os consumidores, como saúde e segurança

2.1.3 Responsabilidade Social Empresarial em Portugal

A pesquisa sobre a responsabilidade social das empresas em Portugal tem apresentado um maior desenvolvimento nos últimos anos, sendo que ainda não ser o número significativo. A partir do ano de 2004, em matéria disso, alguns dos investigadores começaram a investigar e trabalhar no tema do RSE, com o objetivo de dar maior suporte as empresas e explorar as suas iniciativas perante o seu contexto. Neste sentido, é mencionado alguns investigadores que deram seu contributo nesta época: Santos, et al (2005); Gago, et al (2005); Branco e Rodrigues (2008); Abreu, David e Crowther, (2005).

O contexto do RSE deu-se grande avanço, com a criação do Livro Verde (2001) e a criação de um Fórum Multilateral Europeu sobre RSE (Fórum RSE). O presente Livro Verde visa lançar um amplo debate e obter ponto de vista sobre a responsabilidade social das empresas a nível nacional, europeu e internacional, esperando a Comissão que deste processo resulte um novo enquadramento para a promoção dessa responsabilidade (CCE¹, 2001).

O Conselho Europeu de Lisboa formulou um apelo especial ao sentido de responsabilidade social das empresas no que toca às melhores práticas em matéria de aprendizagem ao longo da vida, organização do trabalho, igualdade de oportunidades, inclusão social e desenvolvimento sustentável (CCE, 2001).

¹Comissão das Comunidades Europeias.

Branco e Rodrigues (2008), realizaram um estudo sobre RS das empresas Portuguesas cotadas em bolsa referente ao ano 2003, com os dados disponíveis nos relatórios e páginas do *Internet*. Os seus resultados confirmaram que o objetivo das empresas em apresentar informações de RSE é no sentido de transmitir uma imagem socialmente responsável, de modo a legitimar as suas ações junto dos *stakeholders*. Adicionalmente, o resultado aponta para uma maior necessidade das empresas potencialmente poluidoras, através da divulgação de informações, parecerem empresas socialmente responsáveis.

As práticas sociais de RSE em Portugal, na sua generalidade criaram um ambiente interno motivador para os colaboradores quando estimulados por uma orientação que suscita também a sua participação nas ações de solidariedade. Entretanto, essas empresas ao contribuírem para o bem-estar da sociedade e a sua coesão social, melhoram a sua imagem e recebem gratificação e elogios junto aos seus *stakeholders* (Gago, et al., 2005).

Com as iniciativas das instituições internacionais na execução do parâmetro do RSE e também o apelo por parte da Comissão Europeia, várias organizações em Portugal começaram-se a promover e divulgar o RSE. É de destacar algumas entidades promotoras que são os pioneiros do movimento de responsabilidade social empresarial em Portugal:

□ BCSD Portugal

O BCSD Portugal – Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável, é uma associação sem fins lucrativos, membro da WBCSD, constituída em 2001, por iniciativa da Sonae, Cimpor e Soporcel, e conjuntamente com mais 33 empresas nacionais. Tem por missão uma liderança que “seja catalisadora de uma mudança de rumo ao desenvolvimento sustentável, promovendo nas empresas a ecoeficiência, a inovação e a responsabilidade social” (BCSD, 2014).

□ GRACE - Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial

O GRACE é uma associação sem fins lucrativos, criada em 2000, por empresas maioritariamente multinacionais e tem como missão a reflexão, promoção e desenvolvimento de iniciativas de Responsabilidade Social Empresarial (GRACE, 2014). A Associação Portuguesa para a Responsabilidade Social das Empresas surge em

2003, integrando um conjunto de instituições europeias ligadas à Comissão Europeia para promover e divulgar o conceito de RSE a nível nacional e europeu (Mota & Dinis, 2005).

□ APEE – Associação Portuguesa de Ética Empresarial

A APEE foi criada em 2002 por um grupo de profissionais e empresários com o objetivo de promover o desenvolvimento ético nas organizações e consequentemente da responsabilidade social. O objetivo desta organização é definir a implementação de programas concretos que conduzam as práticas de gestão mais socialmente responsáveis, tendo apostado na normalização como instrumento para que as empresas possam efetuar a integração de conhecimento e obterem a certificação de acordo com o seu desempenho (APEE, 2014).

Tal como as práticas de RSE são voluntárias, a adesão a estas associações são também voluntária. A missão base destas entidades é fomentar a participação das empresas no contexto social em que se inserem, através do estabelecimento de parcerias que potenciem impactos visíveis e concretos (GRACE, 2014). Estas associações entendem que as organizações empresariais, em colaboração com os demais *stakeholders*, têm um papel crucial na construção de um novo modelo de negócio, competitivo e sustentável (BCSD, 2014).

2.2 Estudos sobre Responsabilidade Social

2.2.1 Literatura prévia sobre responsabilidade social

Os estudos prévios realizados em países desenvolvidos e em desenvolvimento apresentado na tabela 1, em geral, concluíram que a responsabilidade social das empresas é retratada como parte da estratégia da organização que pode contribuir para o desempenho económico-financeiro das organizações, a fim de obter ganhos em relação a imagem da mesma no ambiente que está inserido e assim obter vantagem competitivo e criação de valor (Basuony, Elseidi & Mohamed, 2014; Lin, Yang & Liou, 2009; Madueño, et al., 2015; Licciardi, et al., 2017; Gherghina & Vintilă, 2016; e Wuttichindanon, 2017).

Estudos realizados nas empresas dos países Egito e Taiwan, (Basuony, Elseidi & Mohamed, 2014; Lin, Yang & Leu, 2009) concluíram que a divulgação da responsabilidade social empresarial está relacionada positivamente com a dimensão da empresa e o desempenho financeiro.

Os estudos de Madueño, et al. (2015) revelam que a divulgação da RS nas empresas Espanholas aumenta o desempenho competitivo das empresas. Adicionalmente, o estudo de Wuttichindanon (2017) das empresas Tailândia, conclui que o desempenho económico não é um determinante significativo na divulgação da RSE.

Tabela 1 - Responsabilidade social nos países em desenvolvimentos e países desenvolvidos

Autor	Título	Objetivos	Metodologias	Amostra	Conclusões
Basuony, Elseidi e Mohamed (2014)	O impacto da responsabilidade social empresarial no desempenho empresarial: evidência de um país Africano	Examinar o impacto da responsabilidade social empresarial de PMEs e grandes empresas no desempenho das empresas.	Revisão de literaturas na área. Realizaram inquérito por questionário. Usaram a análise de regressão para explicar o relacionamento e o efeito da RSE no desempenho financeiro da organização.	Estudante Universitários e cinco empresas em Egito.	Uma melhor prática de RSE se traduz em um melhor desempenho financeiro. A partir dos seus modelos aplicados, chegaram a conclusão que a relação entre o RSE e o desempenho das empresas está associado por vários fatores, tais como, o tamanho da empresa, o tipo de indústria e a idade da empresa. Portanto, as empresas maiores e mais antigas têm um efeito positivo no desempenho financeiro o que levará a aumentar o uso de uma melhor prática de RSE.
Lin, Yang e Liou (2009)	O impacto da responsabilidade social empresarial no desempenho financeiro: evidências de negócios em Taiwan.	Medir o impacto da RSE no desempenho financeiro das empresas.	Revisão das literaturas, para enfatizar seus estudos e resultados. Realizaram estudo empírico, no qual obtiveram dados das empresas através da base de dados <i>Databank Economicem</i> Taiwan.	Entre 2002 e 2004, examinaram 1000 casos de empresas que incluem seus gastos com a pesquisa e desenvolvimento corporativo em Taiwan. Posto isto, a amostra final das empresas que compõem estes requisitos, foram apenas de 33.	Ao longo de várias décadas, a pressão sobre as empresas para engajar-se no RSE aumentou. Mesmo que as atividades positivas de RSE não aumentem a lucratividade imediata, podem ser instrumentais na redução do risco de danos às avaliações de marca no longo prazo. Concluíram que, uma vez que muitas organizações demonstram uma preocupação notável ao empreender iniciativas sociais em um ambiente altamente competitivo, o crescimento de investimentos socialmente responsáveis e a consciencialização do RSE podem levar as empresas de sucesso a equilibrar pro-ativamente

Madueño, Jorge, Conesa e Martínez (2015)	Relação entre responsabilidade social das empresas e desempenho competitivo nas PME's espanholas: Evidências empíricas do ponto de vista dos <i>stakeholders</i> .	Verificar se, no campo das PME's, o desenvolvimento de práticas de RSE influencia o desempenho dos negócios.	Realizaram entrevistas, no qual utilizaram o Modelo das Equações Estruturais (MEE), sendo que para a obtenção dos resultados estatísticos, basearam no Modelo dos Mínimos Quadrados.	Entrevistaram mais de 481 gerentes das empresas Espanholas.	as metas financeiras de curto prazo com a construção de marcas corporativas e sustentáveis de longo prazo. Chegaram a conclusão que de entre os quatro variáveis (ambiente, funcionários, sociedade e clientes), as atividades que atendem aos funcionários, meio ambiente e clientes contribuem para o desempenho da RSE em maior medida e, consequentemente, as práticas para esses três <i>stakeholders</i> aumentarão cada vez mais o desempenho competitivo final. O resultado confirma a existência de uma relação positiva e significativa entre o nível de práticas de RSE e o desempenho competitivo, sendo que o desenvolvimento de práticas de RSE contribui para o aumento do desempenho competitivo, tanto direta como indiretamente, através da capacidade dessas organizações para gerir seus <i>stakeholders</i>
Licciardi, Patrício, Gomes, Biserra e Santos (2017)	Responsabilidade social corporativa: percepções de funcionários de uma empresa recicladora de lâmpadas fluorescentes em Brasil.	Avaliar as percepções dos funcionários do departamento comercial sobre aspetos relacionados à RSE.	Revisão bibliográfica sobre os temas RSC, Responsabilidade Socio-ambiental e Gestão de Pessoas. Inquérito por	A amostra foi composta por 40 funcionários do departamento comercial em Brasil, dos quais 29 responderam o questionário.	Os colaboradores do departamento comercial não possuem uma percepção clara da responsabilidade social por não participarem do processo decisório, tendo, portanto dificuldade em perceber as ações da empresa. Porém se houvesse uma maior participação dos funcionários, a empresa sairia ganhando em termos de RSE, sem perder financeiramente.

Gherghina e Vintilă (2016)	Explorando o impacto das políticas de responsabilidade social empresarial sobre o valor da empresa: o caso das empresas listadas na Bolsa de Valores de Bucareste (BVB) em Roménia.	Fornecer evidências sobre as ligações entre a RSE e o valor das empresas cotadas na bolsa em Roménia.	questionário eletrónico. Estudos de casos juntos das empresas que constam na lista do país, e extraíram as informações necessárias. Para mensurar os seus resultados, usaram o método dos mínimos quadrados.	A amostra inicial incluiu 80 empresas listadas na BVB em Roménia no ano 2012. A amostra final foi composta por 65 empresas listadas, sendo que as restantes formam excluídos por não apresentarem informações financeiras.	Constataram apenas o impacto positivo do índice global de RSE e do sub-índice de RSE na qualidade, segurança e eficácia relacionadas a produtos e serviços, no valor da empresa listada na BVB, sendo que o sub-índice de RSC sobre proteção ambiental, notaram falta de influência no resultado.
Wuttichindanon (2017)	Opções de divulgação de relatório de responsabilidade social empresarial e seus determinantes: Evidências empíricas de empresas listadas na Bolsa de Valores da Tailândia (BVT)	Investigar as escolhas de relatórios utilizados para divulgação de RSC e os determinantes da divulgação de RSE de empresas cotadas na BVT.	Revisões das literaturas anteriores. Os dados utilizados eram secundários. Para examinar as escolhas do relatório e determinantes da divulgação da RSE, utilizaram o modelo de	A amostra inicial compreendeu-se 80 empresas listadas na BV em Tailândia no ano 2012. Porém foram removidos 15 empresas dos quais algumas não tinham dados financeiros e restantes não estavam na lista do referido ano, sendo que por fim ficaram com uma amostra composta por 65 empresas.	As atividades de RSC com maior nível de divulgações, foram os seguintes: declarar preocupações de direitos humanos e igualdade (72%), ter uma política anti-corrupção (70%) e doações generosas (69%). As grandes empresas ou firmas Tailandês com participação do governo são mais propensas a fornecer um relatório de sustentabilidade independente. Além disso, as empresas com participação do governo divulgam mais informações sobre as atividades de RSE. Também, confirmou que o desempenho económico não é um determinante significativo

			regressão múltipla.		da divulgação de RSE. Contudo, as empresas devem realizar e divulgar atividades de RSE para com os seus <i>stakeholders</i> , independentemente da sua situação financeira.
--	--	--	---------------------	--	---

Fonte: Elaboração própria

2.2.2 Teorias de Responsabilidade Social (RS)

Os estudos revelam várias teorias para justificar a responsabilidade social. A teoria da agência defende os conflitos de interesse entre os proprietários e os gestores. A teoria da legitimidade considera as interações das organizações e a sociedade como um todo, e a teoria dos *stakeholders* concentra-se em como as organizações interagem com as partes interessadas.

Teoria da agência

A teoria da agência aponta para conflitos de interesse internos entre os proprietários e os gestores de uma empresa (Jensen & Meckling, 1976). Esses problemas de agência surgem quando informações assimétricas divergem com objetivos entre gerentes e acionistas. A assimetria de informação refere-se ao facto do agente conhecer melhor as suas decisões, capacidades, motivações, criatividade e esforço do que o principal (Zajac & Westphal, 1994).

Jensen e Smith (1985), argumentaram que a relação de agência é um contrato no qual o principal encarrega o agente de tomar decisões em seu benefício, envolvendo a delegação da autoridade ao agente. Jensen e Meckling (1976) referiram que os custos de agência surgem em qualquer relação que envolva esforços de cooperação entre duas ou mais partes, neste sentido, identificam dois tipos de conflitos entre principais e agentes: os conflitos entre acionistas (principal) e gestores de topo (agente), e entre credores (principal) e acionistas (agente). Concluíram que quanto maior for a separação entre o acionista e o gestor maior será também o conflito de interesses. Por outro lado, a demasiada concentração de poder nos gestores poderá leva-los a agir em primeiro lugar em função dos seus interesses pessoais deixando para segundo plano os interesses dos acionistas.

Teoria da legitimidade

Segundo Suchman (1995), a teoria da legitimidade trouxe mais valias para as empresas socialmente responsáveis. As ações de RS praticadas por estas empresas são divulgados com transparentes e são vistas como desejáveis para os seus *stakeholders*.

Khan, Muttakin e Siddiqui (2013), argumentaram que a teoria da legitimidade implica que a gestão de topo de uma organização seja responsável por realizar as

práticas sociais necessárias, e tem o dever de divulgar de acordo com as partes interessadas, entretanto, ela considera que uma organização legítima é aquela que tem a capacidade de se engajar e controlar os processos de legitimação, a fim de demonstrar sua congruência com os valores da sociedade. adicionalmente, a legitimidade pode ser vista como um recurso operacional (Tilling & Tilt, 2010), cujo valor deve ser mantido para garantir o apoio contínuo da sociedade. A teoria da legitimidade baseia-se na noção de contrato social e no pressuposto que os gestores adotam estratégias de divulgação que mostram como a organização está a tentar cumprir com as expetativas da sociedade onde está inserida (Deegan, Rankin & Tobin, 2002).

Teoria de Stakeholders

De acordo com Drucker (1984) a responsabilidade social de qualquer negócio deverá ser ter proveitos suficientes para cobrir os possíveis custos futuro, entretanto, Freeman (1984) integra a noção do *stakeholder theory* na concetualização de RSE, noção através da qual as empresas têm obrigações para com os grupos existentes na sociedade para além dos acionistas e trabalhadores. Segundo o mesmo autor, a atividade empresarial é uma rede de relações cooperativas e competitivas de um grande número de pessoas e grupos que empreendem esforços para atingir os seus objetivos.

As ações de responsabilidade social com base na teoria de *stakeholders* legitimariam para Wood (1991), que a ideia básica da responsabilidade social corporativa é que a atividade de negócios e a sociedade são entidades interligadas e não distintas. Portanto, a sociedade tem certas expetativas em relação ao comportamento e resultados das atividades de negócios.

Donaldson e Preston (1995, p.67) distinguem três dimensões para o modelo de *stakeholder* quanto à identificação das dimensões teóricas:

- ☐ Descritiva - descreve a forma como as empresas atuam e auxiliam no prognóstico do comportamento organizacional;
- ☐ Instrumental - identifica os resultados esperados em função de determinadas formas de ação;
- ☐ Normativa - interpreta a função da empresa, o modo como as empresas deverão agir.

Stakeholder pode ser definida como qualquer grupo ou indivíduo identificável que possa afetar a realização dos objetivos de uma organização ou que seja afetada pela realização dos objetivos de uma organização (Freeman & Reed, 1983). Freeman foi o primeiro teórico da administração a identificar claramente a importância estratégica de grupos e indivíduos além dos acionistas da empresa. O mesmo autor considerou grupos tão díspares como organizações comunitárias locais, ambientalistas, defensores dos consumidores, governos, grupos de interesses especiais e até mesmo concorrentes e a mídia como partes interessadas legítimas.

Em síntese, as teorias trouxeram um impacto positivo na incrementação e realização das atividades de RS. Atendendo o conceito da responsabilidade social, as empresas recolhem a par dos seus objetivos, manter os seus negócios de modo estável, num ambiente eticamente social no sentido de criarem mais valor a nível interno e externo. Estas teorias podem ser a base para a construção de uma estratégia empresarial que associe a responsabilidade social à criação do valor da empresa.

2.3 Empresas Familiares (EF) e Responsabilidade Social (RS)

As empresas familiares desempenham um papel importante na economia. Em Portugal, estima-se que entre 70 a 80% das empresas sejam de natureza familiar, e que contribuam para 50% do emprego e 60% do Produto Interno Bruto (PIB). Em Espanha, as empresas familiares representam 89% das empresas ativas, 57% do PIB, no Brasil, 40% do PIB é gerado por EF e nos EUA, as empresas familiares constituem mais de 90% dos negócios, representam cerca de 59% do emprego e cerca de 49% do produto nacional bruto.

A Associação Portuguesa de Empresas Familiares (APEF), refere-se às EF como aquelas em que uma família detém o controlo, em termos de nomear a gestão, e alguns dos seus membros participam e trabalham na empresa.

As empresas familiares são importantes, não só porque contribuem para a economia, mas também devido à estabilidade a longo prazo que trazem ao compromisso específico que demonstram às comunidades locais, à responsabilidade que sentem como proprietário e aos valores que representam. As empresas familiares constituem um vetor de extrema importância na realidade económica e social do país, sendo que a família é vista como um termo de proteção e geração da propriedade.

A prática da RSE das empresas familiares é um tema que está a despertar interesse dos pesquisadores. As atividades ligadas a RSE refere-se à ação social de uma empresa na contribuição para o desenvolvimento sustentável, no entanto, a principal função de uma empresa consiste em criar valor através da produção de bens e serviços, gerando assim lucros para os seus proprietários e acionistas e bem-estar para a sociedade, em especial através de um processo contínuo de criação de emprego, (Carroll, 1999).

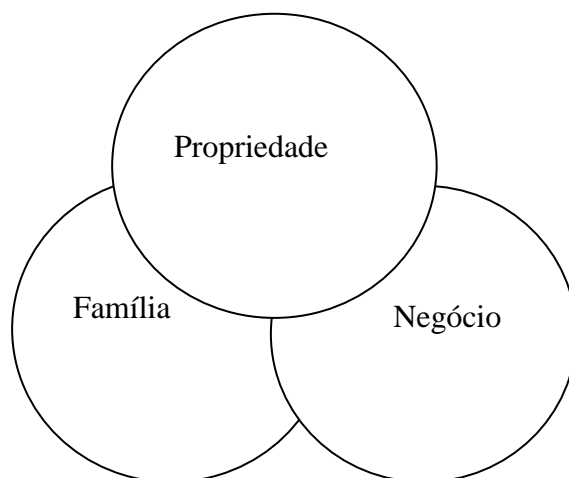
As empresas familiares são uns dos principais impulsionadores do crescimento e bem-estar de um país (Hernández-Perlines & Rung-Hoch, 2017). São os melhores locais para a criação de novas ideias empreendedoras, devido à sua capacidade de nutrir uma cultura empresarial com base num sentimento de lealdade, elevados padrões éticos, compromisso a longo prazo e valores comerciais positivos (Paiva & Lourenço, 2015). As empresas familiares são vistas de um modo diferente em relação às empresas não familiares, sendo que, é atribuída uma responsabilidade de uso da propriedade, diferente do que acontece com um simples acionista ou um sócio de outra empresa qualquer.

Através do estudo desenvolvido pela *European Commission (2009)*, foi considerado determinados requisitos para o qual uma empresa seja classificada como EF, nas seguintes condições:

- A maioria dos direitos da tomada de decisão quanto à propriedade e o controlo, quer seja direta ou indireta está na posse da pessoa que adquiriram o capital social da empresa ou na posse dos seus cônjuges, pais, filhos ou herdeiros diretos dos filhos;
- Pelo menos um representante da família ou parente está formalmente envolvido na governança da empresa;
- Caso, as empresas estão na cotação da bolsa, as pessoas citadas na alinha a), terão que usufruir de 25% dos direitos da tomada de decisão correspondente ao seu capital social.

Para Cruz e Nordqvist (2002) citado por Hernández-Perlines e Rung-Hoch (2017), a geração da empresa familiar afeta a relação entre os fatores externos (as percepções do ambiente competitivo), fatores internos (a presença de gerentes não familiares) e orientação empreendedora, no entanto, o RSE tem um impacto positivo no desempenho das empresas familiares (Hernández-Perlines & Rung-Hoch, 2017). Para melhor percepção e separação desse facto, muitos estudos foram feitos sobre as características das empresas familiares e não familiares, entretanto (Tagiuri & Davis, 1982) criaram o modelo dos três círculos que compõem a definição da empresa familiar, sendo que nela deve incorporar os seguintes componentes: a Família, o Negócio e a Propriedade.

Figura 2- Modelo dos três círculos da empresa familiar



Fonte: Adaptado por (Tagiuri & Davis, 1982)

De acordo com as opiniões dos autores, percebemos que a empresa familiar não se define somente no termo e referência das suas gerações antecedentes, mas também, é necessário apresentar outros tipos de comportamentos que possam dar um maior entendimento e enquadramento na definição do devido contexto. Sendo assim, muitos estudos, incorporaram a teoria da propriedade (agência), teoria da legitimidade, teoria dos *stakeholders*, entre outros, para poderem ter maior e melhor entendimento quanto as influências dos componentes que compõem e caracterizam a empresa familiar. No entanto, a teoria da legitimidade baseia-se na noção de contrato social e na suposição de que os gestores adotem estratégias de divulgação, que mostrem à sociedade que a organização está tentando cumprir legalmente as suas expectativas, Deegan Rankin e Tobin (2002).

O aparecimento do modelo dos três dos círculos do Tagiuri e Davis (1982), levou-se com que a questão da teoria da agência foi submetida por Berle e Means (1932), no sentido de separar a propriedade da empresa e o negócio. A teoria da agência preocupa-se em resolver os conflitos que surgem nos relacionamentos entre o proprietário, o gerente e o acionistas da firma. Como o controlo da propriedade é a característica mais importante das empresas familiares, ou seja, o controlo é um modelo de empresa familiar administrada, apoiando a definição das estratégias e metas e

poderia eximir essas empresas de sérios problemas de conflito de agência tradicional (Paiva & Lourenço 2015).

As empresas familiares que se desenvolveram e consolidaram no tempo são as que souberam gerir adequadamente as três esferas que giram ao seu redor (propriedade, família e gestão), todavia, a RS e EF tem uma forte ligação na definição da gestão de sustentabilidade dos negócios e sociedades. Neste sentido, apresentemos algumas literaturas como referência na abordagem do conteúdo entre as empresas familiares e a responsabilidade social.

O estudo desenvolvido por Lulsegged e Iye (2013), teve como objetivo principal investigar a associação entre a empresa familiar e a divulgação de responsabilidade social (relatórios de sustentabilidade) de grandes empresas americanas. Os resultados confirmam que não existem evidências estatística que apoiam a presença de uma diferença significativa na extensão e no nível dos relatórios de sustentabilidade entre empresas familiares e não familiares. Os autores concluíram que o status familiar das empresas parece não desempenhar um papel significativo nas decisões de relatórios de sustentabilidade das empresas amostra e no nível de detalhes dos relatórios de sustentabilidade que emitem. Adicionalmente os resultados demonstraram as diferenças entre as empresas familiares, como a posse de ações e o controlo da gestão, podem afetar os relatórios de sustentabilidade.

Hernández-Perlines e Rung-Hoch (2017), examinaram como uma orientação empreendedora modera, o efeito da responsabilidade social corporativa (RSE) influência no desempenho da empresa familiar. Neste sentido, analisaram os dados financeiros de 174 empresas familiares em Espanha. No entanto, seus estudos concluíram que as ações empreendedora modera influência positivamente as atividades da RSE no desempenho das empresas familiares. Além disso, o efeito moderador da orientação empreendedora fez com que a influência da RSE no desempenho das empresas familiares aumentasse.

O objetivo dos estudos de Gavana, Gottardo e Moisello (2016), consiste em analisar as diferenças inexploradas de relatórios de sustentabilidade dentro de empresas familiares, especificamente, analisar como o controlo, a influência e a identificação da família adaptam a atitude de uma empresa em relação à divulgação do seu comportamento social e ambiental. Estudaram o caso de 230 empresas não financeiras

Italianas. Os resultados concluíram que as empresas familiares são mais sensíveis à exposição das atividades relacionadas com a RS do que os não-familiares e que o controlo familiar domina a divulgação de sustentabilidade quando associada à influência direta da família no negócio, com a presença da família no conselho do CEO.

Em geral, os estudos concluíram que as empresas familiares divulgam mais informação sobre a responsabilidade social empresarial comparando com as não familiares. Com base na literatura prévia e os argumentos das teorias estudado, formula as seguintes hipóteses:

***H1:* As empresas familiares são mais propensas à emissão de relatório da responsabilidade social do que as empresas não familiares.**

***H2:* As empresas familiares têm maior índice de divulgação de informações da responsabilidade social do que as empresas não familiares.**

III- METODOLOGIA

3.1 Caracterizações da amostra e fontes de dados

Este estudo analisa o impacto da divulgação da responsabilidade social pelas empresas Portuguesa cotada em bolsa de valores de Lisboa para os anos 2014 a 2016. O estudo abrange 53 empresas que estão cotadas na bolsa de valores de Portugal.

Devido as insuficiências de dados financeiros disponibilizados por estas empresas, a amostra final apresentada na sua totalidade corresponde 147 observações (referente as 49 empresas), sendo que para as empresas familiares são 63 observações e para as não familiares são 84 observações.

De acordo com Araújo, et al., (2008) trata-se de uma abordagem metodológica de investigação especialmente adequada quando procuramos compreender, explorar ou descrever acontecimentos e contextos complexos, nos quais estão simultaneamente envolvidos diversos fatores. O principal instrumento de investigação é consubstanciado na interpretação do investigador e na sua necessidade de estar em contato direto com o campo, para captar o significado dos comportamentos observados (Patton, 2002).

Para atingir o objetivo do estudo, utilizamos dois tipos de informações. A primeira, é através dos dados financeiros que permitem calcular as variáveis dependentes e explicativas, sendo que essas informações financeiras foram recolhidas diretamente nos *sites* das empresas, na página do CMVM e na base de dados *Sustainability Disclosure Database* (SDD-GRI) para os três anos em estudos. A segunda, usamos o modelo desenvolvido por Tagiuri e Davis, (1982) para obter informações sobre a estrutura da empresa, que permite-nos identificar as empresas familiares e não familiares na amostra.

A tabela 2 exhibe uma análise da amostra final com base no código SIC da indústria, constituído por quarenta e nove empresas. Em todos os anos deste estudo, os códigos das indústrias com a maior taxa percentual são o setor da fabricação e serviços públicos, mineração e construção, correspondendo (33% e 31%) respetivamente. De seguida, o setor de serviços, e o setor comercial grossista e a retalho são os menos significativos e representam a menor taxa percentual (20% e 16%), respetivamente.

Tabela 2- Composição da Amostra pelo setor da atividade.

Indústria	SIC	2014		2015		2016	
		N	%	N	%	N	%
Todas as empresas		49	100%	49	100%	49	100%
Mineração e construção	SIC_1	15	31 %	15	31 %	15	31 %
Fabricação e serviços públicos	SIC_2	16	33%	16	33%	16	33%
Comércio por grosso e comércio a retalho	SIC_3	8	16%	8	16%	8	16%
Serviços	SIC_4	10	20%	10	20%	10	20%
Empresas familiares		21	100%	21	100%	21	100%
Mineração e construção	SIC_1	6	29%	6	29%	6	29%
Fabricação e serviços públicos	SIC_2	8	38%	8	38%	8	38%
Comércio por grosso e comércio a retalho	SIC_3	5	24%	5	24%	5	24%
Serviços	SIC_4	2	9%	2	9%	2	9%
Empresas não familiar		28	100%	28	100%	28	100%
Mineração e construção	SIC_1	9	32%	9	32%	9	32%
Fabricação e serviços públicos	SIC_2	8	29%	8	29%	8	29%
Comércio por grosso e comércio a retalho	SIC_3	3	10%	3	10%	3	10%
Serviços	SIC_4	8	29%	8	29%	8	29%

Fonte: Elaboração Própria

3.2 Variáveis dependentes

O estudo utiliza duas variáveis de sustentabilidade. A primeira variável é denominado de SUSTENTABILIDADE (SUST), e tem por objetivo identificar quais são as empresas familiares e não familiares que emitem o relatório de responsabilidade social. A variável SUST é atribuído o valor 1 no caso das empresas publicarem o relatório da responsabilidade social e 0 no caso das empresas não publicarem o relatório da responsabilidade social.

O segundo variável é o *ÍNDICE DA DIVULGAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL* (I_SUST). O índice da divulgação da RS tem quatros indicadores chaves fundamentais que permitem associar as outras características das empresas. Estas

indicadores estão na estrutura *Global Reporting Initiative (GRI)*, apresentada no anexo 2, com as seguintes designação: Indicadores Gerais; Indicadores Económicos; Indicadores Ambientais e Indicadores Sociais.

Para calcular os indicadores de sustentabilidade, usamos a grelha do GRI_{4G} apresentada no anexo 2, no qual atribuímos os valores para sua avaliação de zero (0) a quatro (4). A tabela 3 descreve a classificação dos indicadores. Em geral, os indicadores da sustentabilidade foram calculadas com base nos somatório das médias dos sub-índice de cada indicadores respetivamente.

Tabela 3 - Classificação dos Indicadores GRI

Escala	Significado da Escala
0	A empresa não divulga-se quaisquer informações do GRI;
1	A empresa indica que o indicador não é aplicável ao relatório;
2	A empresa divulga alguns indicadores, mas não o considera materialmente relevante;
3	A empresa divulga-se o indicador, porém não avalia os riscos de omissões;
4	A empresa divulga informação completa do indicador. O relatório está em conformidade com o padrão do GRI.

Fonte: Elaboração Própria

3.3 Variáveis independentes

A principal variável do teste é a variável *FAMILY*, com o propósito de demonstrar o seu impacto no índice da divulgação da responsabilidade social empresarial. Sendo assim, caracterizemos - o como variável binária, no qual indica-nos se as empresas pertencem, ou não pertence a empresa familiar (a variável assume o valor 1 quando a empresa pertence á família e 0 caso contrário). As nossas variáveis de controlo estão relacionada com o índice de RSE, sendo mensurada através das varáveis apresentada na tabela 4:

Tabela 4- Variáveis mensuradas no estudo

Legendas das Variáveis	Nome das variáveis	Mensuração das varáveis
SUST	Sustentabilidade	Assume o valor 1 se as empresas emitem o relatório de RS e 0 se empresas não emitem o relatório de RS.

Carlita Mendes Robalo - Empresas Familiares e a Divulgação da Responsabilidade Social: O Caso Português

I_SUST	Índice da divulgação da sustentabilidade	Somatório de todas as variáveis de controlo.
FAMILY FIRMS	Empresas familiares	A variável assume o valor 1 quando as empresas pertencem á família e 0 caso contrário.
SIZE	Dimensão	Logaritmo Natural do Total de Ativos no fim do exercício anual.
LEVERAGE	Endividamento	Valor da dívida total da empresa sobre o valor do seu património.
ROA	Rentabilidade do Ativo	Resultado Antes de Encargos Financeiros e Impostos (RAEFI), sobre o Ativo Total (TA).
INT. ASSETS	Ativo Intangível	Total do Ativo Intangível sobre o valor do Ativo Total.
SIC INDUSTRY	Código da Indústria	Variável Dummy Indústria (SIC_1 assume o valor 1 para SIC_CODE 1611 à SIC CODE 2911 e 0 caso contrário; SIC_2 assume o valor 1 para SIC_CODE 3262 à SIC CODE 4911 e 0 caso contrário; SIC_3 assume o valor 1 para SIC_CODE 5012 à SIC CODE 6512 e 0 caso contrário; SIC_4 assume o valor 1 para SIC_CODE 7011 à SIC CODE 8062 e 0 caso contrário).
YEAR	Ano	Variável Dummy Ano (Y14 assume o valor 1 para o ano de 2014 e 0 caso contrário; Y15 assume o valor 1 para o ano de 2015 e 0 caso contrário; Y16 assume o valor 1 para o ano de 2016 e 0 caso contrário).

Fonte: Elaboração Própria

3.4 Modelo da Pesquisa

O objetivo principal deste estudo é analisar o impacto da divulgação da responsabilidade social nas empresas Portuguesa Cotada em Bolsa de Valores, para os anos 2014 a 2016, comparando empresas familiares e não familiares. Para tal, utilizamos dois modelos de regressão, sendo que, o primeiro é o modelo de regressão logística para a variável *SUST* (assume o valor 0 e 1), no qual permite analisar o seu impacto das empresas com e/ou sem o relatório de RS. O segundo modelo, representa a divulgação dos índices do RSE, sendo que a variável dependente *I_SUST*, é mensurada através do modelo de regressão linear múltipla. O modelo de regressão permite-nos perceber de que forma as variáveis independentes influenciam as variáveis dependentes em estudo.

Modelo 1: Modelo de Regressão Logística para a variável *Sustentabilidade*

O modelo 1 analisa o comportamento face a publicação do relatório de responsabilidade social das empresas familiares comparando com as empresas não familiares. A relação positiva, significa que as empresas familiares em bolsa de valores de Portugal têm mais relatórios de RS do que as empresas não familiares.

$$SUST = \beta_1 FAMILY + \beta_2 LEVERAGE + \beta_3 ROA + \beta_4 INT. ASSETS + \sum_{j=5}^4 IND \acute{U} STRIA + \sum_{n=3} YEAR + \epsilon,$$

Onde o ϵ , é o termo residual, ou seja, o erro padrão.

Modelo 2: Modelo de Regressão Linear Múltipla da Divulgação dos Índices de *Sustentabilidade*

O modelo 2 analisa o índice de divulgação da informação sobre a responsabilidade social das empresas familiares comparando com as não familiares. A relação positiva, significa que as empresas familiares na bolsa de valores de Portugal têm a maior índice de divulgação das atividades de RS do que as empresas não familiares.

$$I_SUST = \beta_1 FAMILY + \beta_2 LEVERAGE + \beta_3 ROA + \beta_4 INT. ASSETS + \sum_{j=5}^4 IND \acute{U} STRIA + \sum_{n=3} YEAR + \epsilon,$$

As variáveis independentes usadas no modelo (2) são idênticas àquelas usadas no modelo (1) e ambos são estimados com base no modelo de regressão.

IV RESULTADOS

O nosso resultado é apresentado em duas fases. Na primeira fase, apresentamos estatísticas descritivas para descrever e resumir um conjunto de dados em análise, e para a segunda fase, estimamos o resultado através do modelo de regressão linear (MLR) com o apoio do método dos Mínimos Quadrados Ordinários (OLS). Sendo que é um método mais utilizado na determinação dos parâmetros que se aplica ao modelo de estudo.

4.1 Análise descritiva

A tabela 5 mostra a estatística descritiva das variáveis utilizadas neste estudo, nomeadamente, média; mediana; desvio padrão e as diferenças das estatísticas da média. A estatística demonstra uma forte presença das empresas familiares na divulgação das atividades da RS. Os resultados revelam que em média 67% das empresas familiares publicam o relatório de RS e apresentam uma taxa de 2.51 do índice da divulgação da RS. Porém, em média, a taxa da publicação do relatório de RS das empresas não familiares são 49%, e o índice da divulgação das atividades da RS são de 1.88. O estudo demonstra que em média as empresas familiares têm mais relatórios de sustentabilidade e divulgam a maior taxa dos índices de RS do que as não familiares. Este resultado vai de acordo com os estudos de (Gavana, Gottardo & Moisello, 2016; e Hernández-Perlines & Rung-Hoch, 2017).

Os resultados demonstram que as empresas familiares em média apresentam a maior dimensão e maior desempenho da rentabilidade operacional, ou seja, uma diferença de 36% e 5% respetivamente em relação as empresas não familiares. Adicionalmente o estudo aponta que o maior nível do endividamento e menor taxa de investimentos em ativos intangível entre essas empresas correspondem as empresas familiares.

Tabela 5- Estatística descritiva

Variáveis	Media	Mediana	Padrão Desvio	Difer.(t-Stat) Família vs Não Família
Todas as empresas				
Sust	0.57	1.00	0.50	0.18***
I_sust	2.15	3.60	1.92	0.63***
Family	0.43	0.00	0.50	...
Size	13.12	13.07	2.20	0.36***
Leverage	1055.77	107.31	7996.41	(1624.50) **
Earnings	0.15	0.04	0.21	0.05**
Int. Assets	0.21	0.13	.024	(0.06)
Empresas familiares				
Sust	0.67	1	0.48	
I_sust	2.51	3.80	1.82	
Size	13.33	13.22	1.31	
Leverage	127.48	109.93	562.02	
Earnings	0.05	0.04	0.06	
Int. Assets	0.17	0.08	0.23	
Empresas não Familiares				
Sust	0.49	0.00	0.50	
I_sust	1.88	0.00	1.96	
Size	12.97	12.57	2.68	
Leverage	1751.98	104.56	10540.24	
Earnings	(0.01)	0.04	0.27	
Int. Assets	0.23	0.16	0.25	

Fonte: Elaboração Própria

**** e ***** indicam significância nos níveis de 1% e 5%, respetivamente.

A tabela 6, reporta-se a correlação Pearson entre as variáveis estudadas. Os resultados demonstram que as empresas familiares, o tamanho da empresa, o desempenho operacional, os ativos intangíveis e o setor do comércio por grosso e comércio a retalho, são positivamente e significativamente correlacionado com a publicação do relatório de sustentabilidade e a divulgação do índice do relatório da RS. Porém, o setor da fabricação e serviços públicos correlaciona negativamente e significativamente com as atividades da RSE.

Das correlações entre as variáveis de controlo, o estudo confirma que o setor do comércio por grosso e comércio a retalho são positivamente e significativamente correlacionado com a empresa familiar, enquanto o setor dos serviços correlaciona de forma negativa e significativa com as empresas que pertencem à família.

Adicionalmente, o resultado aponta uma associação negativa e significativa entre o desempenho operacional e o tamanho da empresa, entre o setor de fabricação e serviços públicos e o desempenho operacional, e entre o setor dos serviços e o endividamento, e também, à associação positiva e significativa entre o setor de fabricação e serviços públicos e o ativo intangível.

A maioria das correlações entre as variáveis de controlo é menor do que 0.01. A correlação mais alta entre as variáveis de controlo do nível da empresa é de 0.80, entre o tamanho da empresa e empresa familiar. Os resultados da correlação sugerem que a multicolinearidade não será uma questão importante para o modelo.

Tabela 6- Análise de Correlações de Pearson (n = 147)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1 SUST	1													
2 I_SUST	0,99**	1												
6 Family	0.18*	0.16*	0,08	0.05	0.03	1								
7 SIZE	0.46**	0.50**	0.55**	0.52**	0.59**	0.80	1							
8 Lever.	(0.12)	(0.12)	(0.09)	(0.08)	(0.09)	(0.10)	(0.16)*	1						
9 Earn.	0,19*	0.19*	0.17*	0.16	0.15	0.13	0.09	(0.04)	1					
10 INT.ASSTS	0.20*	0.22**	0.09	0.06	0.07	(0.12)	(0.04)	0.04	0.07	1				
11 SIC_1	0.14	0.13	0.11	0.08	0.04	(0.04)	(0.07)	(0.07)	0.12	(0.14)	1			
12 SIC_2	(0.24)**	(0.23)**	(0.12)	(0.10)	(0.09)	0.10	0.08	0.06	(0.18)*	0.78	(0.46)**	1		
13 SIC_3	0.28**	0.26**	0.27**	0.27**	0.33**	0.18*	0.31**	(0.05)	0.07	(0.13)	(0.29)**	(0.31)**	1	
14 SIC_4	(0.13)	(0.12)	(0.23)**	(0.22)**	(0.24)**	(0.23)**	(0.29)**	0.06	0.01	0.19*	(0.34)**	(0.35)**	(0.22)**	1

Fonte: Elaboração Própria

**A correlação é significativa no nível 0,01

*A correlação é significativa no nível 0,05

4.2 Análise do Modelo da Regressão Linear Múltipla (MRLM)

A análise de regressão múltipla pode ser usada para construir melhores modelos para prever a variável dependente através da utilização de duas ou mais variáveis independentes. Segundo Wooldridge (2006), a análise de regressão múltipla é mais possível de análise *ceteris paribus* (relações de causa-efeito), porque permite controlar explicitamente muitos outros fatores que afetam simultaneamente a variável dependente.

O método dos mínimos quadrados é aquele que minimiza a soma dos quadrados dos desvios e também é o melhor estimador não enviesado porque satisfaz os critérios de máxima probabilidade. No entanto, este estudo baseou-se no pressuposto do modelo de Gauss Markov para apurar a influência de cada variável em estudos, sendo que o modelo é estruturado da seguinte forma: $Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_k X_k + U$. Sendo assim, nossos modelos são calculados com base nesse pressuposto e os resultados dos coeficientes estão apresentados nas tabelas 7, 8, 9 e 10.

4.3 Resultados da Regressão

Para testar a hipótese H1: *as empresas familiares são mais propensas à emissão de relatório da responsabilidade social do que as empresas não familiares*, é utilizado o modelo 1. O modelo 1 analisa o comportamento face a publicação do relatório de responsabilidade social das empresas familiares comparando com as empresas não familiares. O resultado revela que as variáveis independente explicam aproximadamente 36% da variável dependente em estudo.

As tabelas 7 e 8 apresentam os resultados da regressão OLS para o modelo 1. A variável dependente *SUST*, é um indicador que assume o valor 1 se a empresa emite o relatório de sustentabilidade de 2014 a 2016 e 0 caso contrário. Três estimativas são apresentadas para este modelo: na tabela 7, apresenta o escopo de todas as variáveis e *dummies* industrial e anual da regressão do modelo de pesquisa, e na tabela 8, a coluna C1, não inclui as variáveis dos *dummies* anos e a coluna C2, não inclui as variáveis dos *dummies* anos e do setor.

Na tabela 7, o coeficiente da variável *FAMILY* está ligado positivamente e significativamente ao relatório de sustentabilidade, o que indica que a probabilidade das empresas emitirem o relatório de responsabilidade empresarial é cada vez maior

nas empresas familiares. O estudo confirma que as variáveis *SIZE*; *INT. ASSTS* e *SIC INDUSTRY* influenciam-se positivamente e significativamente o relatório de RS. Todavia, o nosso resultado revela-se que as empresas maiores e que investem cada vez mais nos ativos intangíveis normalmente emitem o relatório de sustentabilidade.

Adicionalmente, o resultado confirma-se que o coeficiente do desempenho operacional apesar de estatisticamente não é significativo para o nosso estudo, ele afeta positivamente o relatório de sustentabilidade, no entanto, quanto maior for o resultado operacional obtido pela empresa, maior será a probabilidade de emitir o relatório de sustentabilidade. Este resultado vai de encontro com os estudos de Cheng, Lin e Wong (2015), que confirmaram que as empresas com lucros correntes mais altos têm maior probabilidade de emitirem o relatório de RSE, também, parecem ser mais propensas a emitirem relatórios de sustentabilidade (Lulseged & Iyer, 2013). A variável do endividamento influencia negativamente o relatório de sustentabilidade, mas, essa influencia não é estatisticamente relevante, contudo, as empresas portuguesas cotadas podem ter um elevado nível de endividamento, mas não implicará a possibilidade de não emitirem o relatório de sustentabilidade.

Nas colunas C1 e C2, as variáveis independentes explicam aproximadamente 36% e 27% da variável dependente em estudo. O principal resultado deste modelo revela-se que o setor da indústria é um determinante estratégico e eficiente que as empresas portuguesas levam em considerações quando divulgam o relatório de sustentabilidade.

Tabela 7- Impacto da emissão de relatório de RS de acordo com o GRI nas empresas portuguesas.

Variáveis	Coeficiente	Erro Padrão	Sig.
FAMILY	0.17	0.07	0.02*
SIZE	0.09	0.02	0.000**
LEVERAGE	$(1.01) e^{-6}$	0.00	0.81
EARNINGS	0.11	0.16	0.52
INT/TA	0.60	0,14	0.00**
SIC_1	0.37	0.87	0.00**
SIC_3	0.38	0.10	0.00**
SIC_4	0.19	0.10	0.06
Y_2015	(0.00)	0.08	0.96
Y_2016	0.03	0.08	0.67
F-Stat (valor P)	3.65^{-11}		
R ² ajustado	0.35		
Nº de Observações	147		

Fonte: Elaboração Própria

** e *** indicam significância nos níveis de 1% e 5%, respetivamente.

Tabela 8- Análise robustez da emissão de relatório de RS

Variáveis	C1(T-Stat)	C2 (T-Stat)
FAMILY	0.17 0.02*	0.15 0.04*
SIZE	0.09 0.00**	0.10 0.00**
LEVERAGE	(8.79) e ⁻⁷ 0.84	(2.45) e ⁻⁶ 0.59
EARNINGS	0.11 0.50	0.27 0.11
INT.ASSTS	0.60 0.00**	0.48 0.00**
Industry dummies	Sim	Não
Year dummies	Não	Não
F-Stat (valor P)	3.56 e ⁻¹²	1.97 e ⁻⁰⁹
R ² ajustado	0.36	0.27
Nº de Observações	147	147

Fonte: Elaboração Própria

** e *** indicam significância nos níveis de 1% e 5%, respetivamente.

Para testar a hipótese H2: *as empresas familiares têm maior índice de divulgação de informações da responsabilidade social do que as empresas não familiares*, usamos o modelo 2. O modelo 2 analisa o índice de divulgação da informação sobre a responsabilidade social das empresas familiares comparando com as não familiares. O resultado, revela que as variáveis independente explicam aproximadamente 39 % da variável dependente em estudo.

As tabelas 9 e 10 apresentam os resultados da regressão dos Mínimos Quadrados Ordinários (OLS) da divulgação dos índices / indicadores das atividades da RSE das empresas portuguesas cotadas em bolsa de valores e variáveis de controlo, estimados para a amostra total em análise.

Na tabela 9, os resultados revelam que as variáveis de controlo têm um forte efeito no nosso modelo, todas elas influenciam de forma positiva e significativa.

Quanto a nossa hipótese, este estudo confirma-se que as empresas familiares afetam positivamente e significativamente o índice da divulgação das atividades de RSE. As empresas que pertencem à família não têm somente o objetivo da obtenção do lucro, manter a longevidade do negócio, mas sim, procuram a maximização do valor social. No entanto, as empresas familiares atribuem grande importância aos relatórios de sustentabilidade (Palma, Lourenço & Branco, 2018) e atualmente elas constituem mais de 60% de todas as empresas europeias, representando entre 40% e 50% de todos os empregos (European Commission, 2009). Há alguns estudos realizados no âmbito da empresa familiar e o desempenho do RS, porém a maioria desses estudos não avaliaram o impacto da família na divulgação das atividades da RSE. O resultado do nosso estudo aponta que variável *FAMILY*, apresenta resultado homogênea com os estudos de (Gamerschlag, Möller & Verbeeten, 2011). Os estudos desses autores, demonstraram que medir a RSC das empresas familiares com base no índice GRI é adequado porque todos os indicadores apresentaram valores aceitáveis de confiabilidade e validade. De um modo geral, confirma-se que as empresas familiares que se envolvem em atividades de RSE melhoram o índice da divulgação das atividades da RS. Essa melhoria é substancial porque as empresas familiares são capazes de explicar 65,8% da variação nas atividades da RSE, (Hernández-Perlines & Sánchez-Infantes, 2016) e (Perrini, Russo, Tencatir & Vurro, 2011).

O estudo confirma que o tamanho da empresa está significativamente e positivamente ligado ao índice de sustentabilidade. No entanto, a medida que aumenta os ativos da empresa, haverá mais necessidades de divulgarem mais indicadores da RS. Este resultado está de acordo com outros estudos anteriores (Dalton et al., 1999; Chetty, Naidoo & Seetharam 2015 e Cheng, Lin & Wong, 2015), todos confirmaram que o tamanho da empresa afeta positivamente e significativamente o índice do relatório de sustentabilidade

Adicionalmente o resultado aponta que o ativo intangível influencia-se de forma positiva e significativa o índice da RSE, e também, que o desempenho operacional da empresa tem uma ligação proporcional e positivo em relação a divulgação dos índices das atividades da RSE. As empresas que apresentam alto nível de resultado operacional (ROA) normalmente têm mais condições de suportarem os custos relativos às atividades

sócias interna e externamente da empresa, custos com os investimentos em ativos intangíveis, o que permitem melhores condições para divulgação de maior informação relacionada com a responsabilidade social.

Os resultados das colunas C1 e C2 na tabela 10, demonstraram que quando retiramos as quatro variáveis de controlo da indústria e *Dummies* anos ao modelo, os sinais e significados da *FAMILY* e todas as outras variáveis de controlo permanecem inalteradas. Ao comparar as duas colunas, o estudo confirma-se que o setor da indústria tem um grande impacto nas atividades da RSE. Com a incorporação do setor da indústria na avaliação do impacto relacionado com a divulgação do índice da RS, nosso resultado confirma que 40% das variáveis de controlo são explicativas. Adicionalmente o resultado demonstra que no ano 2015 as empresas não tiveram um bom desempenho nas práticas das atividades da RSE.

Tabela 9- Impacto da divulgação da RS de acordo com o GRI nas empresas portuguesas.

Variáveis	Coefficiente	Erro Padrão	Sig.
FAMILY	0.62	0.27	0.02*
SIZE	0.42	0.06	0.000**
LEVERAGE	$(2.069) \times 10^{-6}$	0.00	0.89
EARNINGS	0.36	0.61	0.56
INT/TA	2.40	0.54	0.00**
SIC_1	1.43	0.33	0.00**
SIC_3	1.35	0.39	0.00**
SIC_4	0.83	0.38	0.03*
Y_2015	(0.01)	0.30	0.97
Y_2016	0.12	0.31	0.68
F-Stat (valor P)	7.42×10^{-13}		
R ² ajustado	0.39		

Nº de Observações	147		
-------------------	-----	--	--

Fonte: Elaboração Própria

** e *** indicam significância nos níveis de 1% e 5%, respetivamente.

Tabela 10- Análise robustez da divulgação da RS

Variáveis	C1(T-Stat)	C2 (T-Stat)
FAMILY	0.63 0.02*	0.53 0.05*
SIZE	0.43 0.00**	0.42 0.00**
LEVERAGE	$(1.61) e^{-6}$ 0.92	$(7.79) e^{-6}$ 0.64
EARNINGS	0.37 0.54	0.99 0.12
INT.ASSTS	2.41 0.00**	1.97 0.00**
Industry dummies	Sim	Não
Year dummies	Não	Não
F-Stat (valor P)	$6.23 e^{-14}$	$2.79 e^{-11}$
R ² ajustado	0.40	0.31
Nº de Observações	147	147

Fonte: Elaboração Própria

** e *** indicam significância nos níveis de 1% e 5%, respetivamente.

V CONCLUSÃO

Neste estudo, analisamos um conjunto de empresas portuguesas cotadas em bolsa de valores de Portugal, que divulgam a informação relacionada com as práticas das atividades de RSE, no período de 2014 a 2016.

As práticas das atividades empresariais influenciam diretamente, a vida económica, social e ambiente, bem como a saúde e o bem-estar humano. A empresa pode assim, contribuir para o desenvolvimento sustentável, gerindo as suas operações de modo a consolidar o crescimento económico e aumentar a competitividade, ao mesmo tempo em que asseguram a defesa do ambiente e promove o comportamento ético e socialmente responsável, abrangendo assim a percepção e os interesses da sociedade.

Para atingir o objetivo do estudo, foram testadas duas hipóteses. A primeira hipótese sugere que, as empresas familiares são mais propensas a emissão de relatório da responsabilidade social do que as empresas não familiares. A segunda hipótese pressupõe que, as empresas familiares têm maior índice de divulgação de informações da responsabilidade social do que as empresas não familiares, de acordo com o GRI.

O estudo confirma as duas hipóteses testadas. O estudo conclui que as empresas familiares estão preocupadas com as partes interessadas internas e externas e são mais propensas a divulgar informações de sustentabilidade de acordo com o GRI, do que as empresas não familiares.

Adicionalmente, o estudo conclui que as empresas familiares têm maior índice de divulgação de informações da responsabilidade social do que as empresas não familiares. O estudo demonstra que em média 57% das empresas portuguesas cotadas em bolsa divulgam o relatório de RSE. Todavia, dessas empresas, as empresas familiares publicam mais relatórios de sustentabilidade e divulgam a maior taxa dos índices das atividades da RSE do que as não familiares. Para empresas familiares, a taxa da publicação do relatórios de sustentabilidade e índice da divulgação da RSE, correspondem (0.67 % e 2.51) respetivamente, e para empresas não familiares representam (49% e 1.88) respetivamente. Este resultado, confere-se os resultados de Hernández-Perlines e Rung-Hoch (2017), que argumentaram que a variável *family* explica uma variação positiva de 65,8% no desempenho da divulgação das atividades da RSE.

O resultado comprova-se estatisticamente que o tamanho das empresas, afeta o seu nível de RSE, no entanto, as empresas maiores envolvem em mais atividades da RSE. Esta variável revela importância na explicação da RSE. Este resultado vai de encontro com os estudos de alguns autores, como por exemplo, Stanwick e Stanwick (1998), afirmaram que é expectável que o tamanho de uma empresa tenha um papel importante nas atividades da RSE, devido a maior atenção que recebe do exterior, o que poderá levar a aumentar o seu interesse pelas práticas sociais e ambientais. Adicionalmente, o estudo conclui-se que à evidência estatística no qual afirma que o setor das indústrias é uma variável explicativa, significativa e relevante para o desempenho das atividades de RSE. O estudo de Heyes e Ceton (2009), confirmaram que existem setores de atividade com maior taxa de divulgação das atividades de responsabilidade social. O resultado afirma estatisticamente que o investimento em ativos intangível é um fator crucial e eficiente na divulgação das práticas das atividades da RSE.

Este estudo apresenta algumas limitações óbvias relacionadas à escassez de estudos que relacionem à RSE com as empresas familiares, não permitindo uma análise comparativa mais ampla com os resultados obtidos neste estudo. O método de recolhas de dados que obviamente teve implicações no acesso das informações devido a nova lei de proteção dos dados dos cidadão português. Adicionalmente, este estudo é voltado para um único país e seria útil abordar seus tópicos em uma amostra internacional para avaliar o efeito de diferentes componentes empresariais na divulgação da sustentabilidade de empresas familiares e não-familiares.

Os resultados do nosso estudo contribuem de varias formas. Primeira, para a literatura. Segundo, porque as ações de RSE por parte da família atingem um impacto substancial na fluência do desempenho das empresas. Terceiro, o estudo sugere direções para pesquisas futuras e incentivam a elaboração e divulgação de relatórios de RSE para mais empresas familiares e não familiares. Seria pertinente que as pesquisas futuras examinassem outros fatores, como as diferenças da qualidade nos relatórios de sustentabilidade de empresas familiares e não familiares influenciam suas atividades de relatórios de sustentabilidade. Acreditamos que nossos resultados fornecem informações interessantes sobre a divulgação dos índices das atividades da sustentabilidade.

Espera-se que este estudo desenvolva interesse na elaboração de relatórios de RSE, de preferência utilizando a estrutura do GRI, não somente nas empresas portuguesas, mas também nas empresas à nível internacional.

VI REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abreu, R., David, F., & Crowther, D. (2005). Corporate social responsibility in Portugal: empirical evidence of corporate behaviour. *Corporate Governance*, vol.5, no.5, pp. 3-18, DOI <https://doi.org/10.1108/14720700510630013> .

Araújo, C., Pinto, E., Lopes, J., Nogueira, L., & Pinto, R. (2008). Estudo de caso Mestrado em educação área de especialização em tecnologia educativa unidade curricular: métodos de investigação em educação. Universidade do Minho, Instituto de Educação e Psicologia.

Associação Portuguesa de Ética Empresarial [APEE]. (2014). Consulta realizada no site em <http://www.apee.pt/> . Acedido em 07/05/2018.

Basuony, M. A. K., Elseidi R. I., & Mohamed, E.K. A. (2014). The impact of corporate social responsibility on firm performance: evidence form a mena country. *Corporate Ownership & Control*, Vol.12, DOI <http://doi.org/10.22495/cocv12i1c9p1> .

Berle, A. A., & Means, G.C. (1932). *The Modern Corporation and Private Property*. Commercial Publishing, New York.

Bolton, S.C., Kim, R.C., & O’Gorman, K. D.(2011). Corporate social responsibility as a dynamic internal organizational process: A case study. *Journal of Business Ethics*, Vol. 101 No.1, pp. 61-74.

Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. (2008). Factors influencing social responsibility disclosure by Portuguese companies. *Journal of Business Ethics*, Vol. 83, No. 4, pp. 685-701.

Business Council for Sustainable Development Portugal [BCSD]. (2014). Consulta realizada no site em <http://www.bcsdportugal.org/> . Acedido em 07/05/2018.

Carroll, B. A. (2004). Managing ethically with global stakeholders: A present and future challenge. *Academy of Management Executive*, Vol. 18, No. 2.

Carroll, B. A. (1999). Corporate Social Responsibility Evolution of a Definitional Construct Business Society. *Business Society*, vol. 38, No. 3, pp. 268-295.

Carroll, B. A. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, Vol. 34, No 4, pp.39-48, DOI [http://dx.doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](http://dx.doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G).

Castro, A.A., & Becerra, D. P. P. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & gestión*, No. 32, PP. 1-26. ISSN 1657-6276.

Cheng, S., Lin, K.Z., & Wong, W. (2015). Corporate social responsibility reporting and firm performance: evidence from China. *Journal of Management & Governance*, Vol. 20, pp. 503–523, DOI 10.1007/s10997-015-9309

Chetty, S., Naidoo, R., & Seetharam, Y. (2015). The Impact of Corporate Social Responsibility on Firms' Financial Performance in South Africa. *Contemporary Economics*, Vol. 9, No. 2, pp. 193-214, DOI 10.5709/ce.1897-9254.167.

Comissão Europeia [CE]. (2002). Comunicação da Comissão relativa à responsabilidade social das empresas: um contributo das empresas para o desenvolvimento sustentável. Bruxelas: Comissão Europeia, COM 347 final.

Comissão Europeia [CE]. (2001). LIVRO VERDE: Promover um Quadro Europeu para a Responsabilidade Social das Empresas”, Bruxelas, Vol. 18, No.7.

Dalton, D., Daily, C., Johnson, J., & Ellstrand, A. (1999). Number of directors and financial performance: A meta-analysis. *Academy of Management Journal*, Vol.42, No. 6, pp. 674- 686.

Deegan, C., Rankin, M., & Tobin, J. (2002). An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997: A test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol.15. Vol. 15, No. 3, pp.312-343, DOI <https://doi.org/10.1108/09513570210435861>.

Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995). The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *Academy of Management Review*, Vol. 20, No.1, pp. 65-91, DOI: 10.2307/258887.

Drucker, P. (1984). The New Meaning of Corporate Social Responsibility. *California Management Review*, Vol. 26, pp.53-63.

European Commission. (2009). Overview of family–business–relevant issues: research, networks, policy measures and existing studies. *Family Firms: A Panel Data Analysis*. Sustainability, Vol.9, No.38. Doi:10.3390/su901003.

Ferreira, C. (2004). Environmental Accounting: the Portuguese Case. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, Vol. 15, pp. 561-573.

Freeman, R. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge University Press. ISBN: 978-0-521-15174-0.

Freeman, R. E., & Reed, D. L. (1983). Stockholders and Stakeholders: a new perspective on corporate governance. *California Management Review*, Vol. 25, No. 3, pp. 88-106.

Gago, C.C., Cardoso, E.G., Campos, J.T., Vicente, L.M., & Santos, C.M. (2005). *Responsabilidade Social das Empresas Portuguesas – 25 Casos de Referência: Companhia das Cores*.

Gamerschlag, R., Moeller, K., & Verbeeten, F. (2011). Determinants of Voluntary CSR Disclosure: Empirical Evidence from Germany. *Review of Managerial Science*, Vol. 4.

Gavana, G., Gottardo, P., & Moisello, A. M. (2016). Sustainability Reporting in Family Firms: A Panel Data Analysis. *Sustainability*, Vol. 9, No. 38, DOI 10.3390/su9010038.

Gherghina, S. C., & Vintilă, G. (2016). Exploring the Impact of Corporate Social Responsibility Policies on Firm Value: the Case of Listed Companies in Romania, *Economics and Sociology*, Vol. 9, No.1, pp. 23-42. DOI 10.14254/2071-789X.2016/9-1/2

GRI. (2013). *Sustainability reporting guidelines – Reporting principles and standard disclosures*. Amesterdão: Global Reporting Initiative.

GRI. (2006). *Diretrizes para a Elaboração dos Relatórios de sustentabilidade: Versão portuguesa*. Portugal. <http://www.globalreporting.org>, consultado a 10 de novembro de 2018.

Global Reporting Initiative. (2002). *Sustainability Reporting Guidelines*, Boston, MA: GRI em <http://www.globalreporting.org>. Acedido em 19 /11 /2018.

Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial [GRACE]. (2014). Consulta realizada no site em <http://www.grace.pt/>. Acedido em 07/05/2018.

Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial [GRACE]. (2011). Consulta realizada no site em <http://www.grace.pt/>. Acedido em 07/07/2018.

Hernández-Perlines, F., & Rung-Hoch, N. (2017). Sustainable Entrepreneurial Orientation in Family Firms. *Journal sustainability*. Vol. 9, Doi: 10.3390.

Hernández-Perlines, F.; & Sánchez-Infantes, J.P. (2016). Análisis del Efecto de la Responsabilidad Social Empresarial en los Resultados Empresariales de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes): Analysis of Effect of Corporate Social Responsibility in the Business Results of Micro, Small and Medium-Sized Enterprises (MSMEs)/Análise do Efeito da Responsabilidade Social dos Resultados do Negócio nas Micro, Pequenas e Médias Empresas (MPMEs). *Rev. Glob. Compet. Gob.*, Vol.10, pp. 110–123. ISSN: 1988-7116.

International Standard Organization, ISO 26000. (2010). Guidance on social responsibility, ISO/FDIS.

Isaksson, R., & Steimle, U. (2009). What does GRI-reporting tell us about corporate sustainability ? *The TQM Journal*, Vol. 21, No. 2, pp. 168-181.

Ismail, M. (2009). Corporate social responsibility and its role in community development: an international perspective, *The Journal of International Social Research*, Vol. 2, No. 9.

Iyer, V., & Lulseged, A. (2013). Does family status impact US firms' sustainability reporting? *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, Vol. 4, No. 2, pp.163-189.

Jensen, M. C., & Smith, C. W. (1985). Stockholder, Manager, and Creditor Interests: Applications Theory of the Firm (book), Vol. 1, No. 1.

Jensen, M., & Meckling, W. (1976). Theory of firm: Managerial behaviour, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, Vol. 3 No. 4, pp.305–360, DOI 10.1016/0304405X(76)90026 –X .

Khan, A., Muttakin, M.B., & Siddiqui, J. (2013). Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosures: Evidence from an Emerging Economy. *Journal of Business Ethics*, Vol. 114, PP. 207-223, DOI 10.1007/s10551-012-1336. Em

<https://acmd.com.bd/docs/Khan%20Muttakin%20Siddiqui%202013.pdf>. Acedido em 20/11/2018.

KPMG. (2008). International survey of corporate responsibility reporting 2008. Amstelveen: KPMG Sustainability Services.

Licciardi, N., Patrício, P. de S., Gomes, P. de S., Biserra, S., & Santos, V. F. (2017). Responsabilidade Social Corporativa: percepções de funcionários de uma empresa recicladora de lâmpadas fluorescentes. Vol. 3, No.9, pp. 63-86

Lin, C., Yang, H., & Liou, C. (2009). The impact of corporate social responsibility on financial performance: Evidence from business in Taiwan. *Technology in Society*, Vol. 31, pp. 56–63.

Liston-Heyes, C., & Ceton, G. (2009). An investigation of real versus perceived CSP in S&P-500 firms. *Journal of Business Ethics*, Vol. 89, pp.283–296, DOI 10.1007/s10551-008-9999-2.

Lopes, M. M. C., & António, N. J. S. (2016). Responsabilidade social empresarial em Portugal: do mito à realidade. *International Business and Economics Review*, No.7, ISSN 2183-3265. Em <http://recil.grupolusofona.pt/jspui/handle/10437/8026>. Acedido em 18 /03 /2018.

Madueño, J. H.; Jorge, M. L.; Conesa, I. M., & Martínez-Martínez, D. (2015). Relationship between Corporate Social Responsibility and competitive performance in Spanish SMEs: Empirical evidence from a stakeholders' perspective. *BRQ Business Research Quarterly*, Vol. 19, pp. 55-72.

Mota, G., & Dinis, A. (2005). Responsabilidade social das empresas: Novo modelo de gestão para o desenvolvimento sustentável. *Revista da Faculdade de Ciências e Tecnologias - Porto*, Vol. 2, pp. 248-259.

Moura, A. M. A., Ribeiro V. P. L., & Monteiro, S.M. S. (2015). Congresso dos TOC: Abordagem teórica à divulgação de informação sobre Responsabilidade Social no Setor Público.

Neves, J., & Bento, L. (2005). Traditional values and the pressures of transformation. Em Habisch, A., Jonker, J., Wegner, M. e Schmidpeter, R. (Editores), *Corporate Social Responsibility Across Europe*. Berlim: Springer.

Paiva, I., & Gavancha, I. (2018). Is disclosure of corporate social responsibility associated with financial performance? In Fernandes, J., Gonçalves, C., Andraz, G., Guerreiro, J., Carvalho, L., Gustavo, N. (eds.). *Desafios da Gestão Atual. II IFM Conference*. Faro. ESGHT. Universidade do Algarve, pp. 148-163, ISBN: 978-989-8859-32-7. Disponível para consulta em: <http://hdl.handle.net/10400.1/9857>.

Paiva, I., Lourenço, I., & Curto, J.D. (2018). Earnings management in family versus non-family firms: the influence of analyst coverage, *Spanish Journal of Finance and Accounting*, DOI <https://doi.org/10.1080/02102412.2018.1463764> .

Paiva, I., Lourenço, I., & Branco, M.C. (2016). Earnings management in family firms: Current state of knowledge and opportunities for future research, *Review of Accounting and Finance*, Vol. 15, No. 1, pp. 85-100.

Paiva, I. S., & Lourenço, I. C. (2015). R&D Activities in Family Firms. *Business Science*, DOI: 10.4018/978-1-4666-8216-0.ch016.

Palma, M., Lourenço, I. C., & Branco, M. C. (2018). Sustainability reporting in family versus non-family firms: the role of the richest European families in <https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/17049/1/112.pdf>. Acedido em 12/01/2019.

Patton, M. (2002). *Qualitative research and evaluation methods* (3ª Edição). Thousand Oaks: Sage Publications Inc, p. 688, ISBN: 0761919716.

Perrini, F.; Russo, A.; Tencati, A., & Vurro, C. (2011). Deconstructing the relationship between corporate social and financial performance. *Jornal of Business Ethics*, Vol. 102, pp. 59–76, DOI [10.1007/s10551-011-1194-1](https://doi.org/10.1007/s10551-011-1194-1) .

Pinheiro, S. (2012). *Responsabilidade Social Empresarial: Uma Abordagem Atual*. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, Porto.

Schwartz, M., & Carroll, A. (2003). Corporate social responsibility: A three-domain approach. *Business Ethics Quarterly*, Vo.13 No.4, pp.503-530, DOI <http://dx.doi.org/10.5840/beq200313435> .

Stanwick, P. A., & Stanwick, S. D. (1998). The Relationship Between Corporate Social Performance, and Organizational Size, Financial Performance, and

Environmental Performance: An Empirical Examination. *Journal of Business Ethics*, Vol.17, pp.195-2004.

Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 3, pp. 571-610.

Tagiuri, R., & Davis, J.A. (1982). Bivalent attributes of the family firm. Working Paper, Harvard Business School, Cambridge, Reprinted 1996. *Family Business Review*, Vol. 9, No. 2, pp. 199-208.

Tilling, M. V., & Tilt, C. A. (2010). The edge of legitimacy: Voluntary social and environmental reporting in Rothmans' 1956-1999 annual reports. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 23, No.1, pp. 55-81.

Uhlener, L. M., Goor-Balk, A. V., & Masurel, E. (2004). Family business and corporate social responsibility in a sample of Dutch firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 11, pp.186 194.

Vaaland, T. I., Heide, M., & Grønhaug, K. (2008). Corporate social responsibility: investigating theory and research in the marketing context. *European Journal of Marketing*, Vol. 42, pp. 927-953, DOI <https://doi.org/10.1108/03090560810891082>.

Willis, A. (2003). The Role of the Global Reporting Initiative's Sustainability Reporting Guidelines in the Social Screening of Investments. *Journal of Business Ethics*, Vol. 43, No. 3, pp. 233-237, DOI <https://doi.org/10.1023/A:102295861839>.

Wood, D., J. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*. Vol. 16, No. 4, pp. 691-718.

Wilson, M. (2003). Corporate Sustainability: What is it and where does it come from?. *Ivey Business Journal*.

Wooldridge, J.M. (2006). *Introductory Econometrics a Modern Approach*. 3ª edição, Thomson/South-Western, Mason.

Yang, L., & Yaacob, Z. B. (2012). A Comparative Analysis of Corporate Social Disclosure of Top Listed Companies in China and Malaysia. *World Review of Business Research*, pp.45-61.

Zajac, E. J., & Westphal, J. D. (1994). The Costs and Benefits of Managerial Incentives and Monitoring in Large U.S. Corporations: When is More Not Better?. *Strategic Management Journal*, Vol. 15, pp. 121-142.

ANEXOS

Anexo 1- Empresas Cotadas na CMVM

NOME

ALTRI SGPS
BANCO BPI
BANCO COMR.PORTUGUES 'R'
CCT CORREIOS DE PORTUGAL
CIPAN LIMITED DATA
COFINA
COMPTA
CONDURIL ENGENHARIA LIMITED DATA
COPAM LIMITED DATA
CORTICEIRA AMORIM
EDP ENERGIAS DE PORTUGAL
EDP RENOVAVEIS
F RAMADA INVESTIMENTOS
FUTEBOL CLUBE DO PORTO
GALP ENERGIA SGPS
GI.GLB.INTEL.TECHS.SGPS
IBERSOL – SGPS
IMMOBL.CON.GRAO-PARA
IMPRESA SGPS
INAPA
INTEL.SENSING ANYWHERE
JERONIMO MARTINS
LISGRAFICA
LITHO FORMAS PORTUGUESA LIMITED DATA
LUZ SAUDE
MARTIFER
MEDIA CAPITAL
MOTA ENGIL SGPS
NAVIGATOR COMP
NOS SGPS
NOVABASE
OREY ANTUNES
PHAROL SGPS
REDITUS
REN REDES ENERGETICAS NACIONAIS
SAG GEST
SEMAPA
SONAE CAPITAL

SONAE COM LIMITED DATA
SONAE INDUSTRIA SGPS
SONAE SGPS
SONAGI LIMITED DATA
SPORT LISBOA E BENFICA FUTEBOL
SPORTING CLUBE DE BRAGA
SPORTING LIMITED DATA
SUMOL COMPAL
TEIXEIRA DUARTE
TOYOTA CAETANO
VAA VISTA ALEGRE ATLANTI

Anexo 2- Estrutura da GRI

1- INDICADORES GERAIS

1.1 - Estratégia e Análise

Parecer da Presidência

Principais impactos, riscos e oportunidades

Perfil Organizacional

Nome da organização

Principais marcas, produtos e serviços

Estrutura operacional

Localização da sede da organização

Natureza jurídica

Atuação geográfica

Mercados abrangidos

Porte da organização

1.3- Parâmetros para o Relatório

Período do relatório publicado

Ciclo de publicação de relatórios

Contacto para perguntas referentes ao relatório

Alterações significativas, em relação a relatórios anteriores

1.4- Governanças, Compromissos e Engajamento

Estrutura de Governança

Identificação dos Principais Executivos

Valores, códigos e princípios internos

Autoavaliação do conselho

Relação de stakeholders

Identificação de stakeholders

2- INDICADORES ECONÓMICO

2.1- Desempenhos Económico

DVA

Mudanças climáticas e implicações financeiras

Subsídios/apoios via Lei de Incentivos Fiscais

2.2- Presenças no mercado

Relação salário mínimo interno/local

Gastos com fornecedores locais

Procedimentos para contratação local

2.3- Impactos económico indireto

Investimentos em Infraestrutura

Impacto económico indiretos

3-INDICADORES AMBIENTAIS

Matérias usados, por peso ou por volume

Materiais provenientes de reciclagem

3.1- Energia

Consumo de energia direta

Consumo de energia indireta

Iniciativa e redução de consumo

3.2- Água

Consumo total de água, por fonte

Água reciclada e reutilizada

3.3- Biodiversidade

Áreas protegidas

Impactos na biodiversidade

3.4- Emissões, efluentes e resíduos

Emissões diretas de gases em estufas

Redução de emissão de gases de efeitos estufas

Nox, SOX e outras emissões

Peso total de resíduos

3. 5- Diversos

Mitigação de impactos de produtos/serviços

Produtos e embalagem recuperados

Impactos no transporte de produtos, bens e materiais utilizados

Investimentos e gastos em proteção ambiental

4- INDICADORES SOCIAIS

4.1- Emprego

Perfil dos funcionários

Número total de trabalhadores a taxa de rotatividade

Benefícios oferecidos aos funcionários

4.2- Relação entre funcionários e administração

Números dos funcionários abrangidos por acordo de contratação coletivo

Prazo mínimo para notificação com antecedência de mudanças operacionais

4.3- Segurança e saúde no trabalho

Cometes de seguranças e saúde

Programa de prevenção de doenças graves

Acordos com sindicatos sobre saúde e segurança

4.4- Formação e educação

Aprendizagem continua

Desenvolvimento de carreira

4.5- Diversidade e igualdade de oportunidades

Perfil dos trabalhadores por indicadores de diversidade

4.6- Saúde e segurança do cliente

Impactos de ciclo de vida dos produtos e serviço na saúde e segurança

Não conformidade- saúde e segurança do produto

Informação sobre serviços exigido por procedimentos de rotulagem

4.7- Conformidade

Gastos com multas por não conformidade com leis e regulamentos